

论人工智能新闻写作对传媒专业大学生就业的影响

朱丽亚

滁州学院文学与传媒学院, 安徽 滁州

收稿日期: 2024年10月11日; 录用日期: 2024年11月28日; 发布日期: 2024年12月5日

摘要

人工智能新闻写作在财经、体育、自然灾害等题材新闻中得到广泛运用, 并从时间和空间上重塑了传媒行业内部的新闻生产结构。面对上述态势, 传媒专业学生多对人工智能之于传媒业的影响持观望态度, 认为其会增加传媒从业者的就业压力, 但同时也对其提高新闻内容生产效率抱有很高期待。在人工智能冲击传媒业的风口上, 政府部门、传媒企业、高校和学生自身都要紧随时势, 协力打造适应传媒行业新环境的复合型人才。

关键词

人工智能新闻写作, 传媒专业, 大学生, 就业

On the Impact of Artificial Intelligence News Writing on the Employment of Media College Students

Liya Zhu

College of Literature and Media, Chuzhou University, Chuzhou Anhui

Received: Oct. 11th, 2024; accepted: Nov. 28th, 2024; published: Dec. 5th, 2024

Abstract

Artificial intelligence news writing has been widely used in financial, sports, natural disasters and other topics, and has reshaped the news production structure of the media industry in time and space. In the face of the above situation, media students are mostly on the fence about the impact of AI on the media industry, believing that it will increase the employment pressure of media

practitioners, but at the same time, they also have high expectations for it to improve the efficiency of news content production. In the wind of the impact of artificial intelligence on the media industry, government departments, media enterprises, universities and students should keep abreast of the trend and work together to create composite talents who can adapt to the new environment of the media industry.

Keywords

Artificial Intelligence News Writing, Media Majors, College Students, Employment

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

党的二十大报告指出,要“推动战略性新兴产业融合集群发展,构建新一代信息技术、人工智能、生物技术、新能源、新材料、高端装备、绿色环保等一批新的增长引擎”[1]。“人工智能”这一概念自1956年被美国学者约翰·麦卡锡(John McCarthy)提出之后,其相关技术在几十年间飞速发展,应用的领域也从传统的理工行业延申至传媒领域。例如,2015年腾讯财经推出了自主研发的自动写稿机器人Dreamwriter,新华社则推出了主要用来报道体育和财经新闻的新闻机器人“快笔小新”。传媒业因人工智能的出现而受到巨大冲击[2]。

2. 人工智能新闻写作在传媒业的应用现状

2.1. 信息的搜集和处理环节

传统的新闻生产主要包括选题、采访、写作、编辑、排版和出稿。这些环节的信息收集主要依赖于人工操作,需要记者或编辑的深入调查、采访和判断,而现在人工智能技术已经渗透到新闻制作的所有环节。比如,新闻机器人可以自动收集和整理网络上最新的数据,生成初步的新闻报道;AI仿生人能够智能识别新闻事件并迅速生成新闻稿件进行报道,大大缩短了新闻生产的周期;自然语言处理技术则可以帮助编辑优化文章结构和语言表达。因此,相较于传统的新闻收集和处理方式,人工智能在时间和空间上重塑了传媒行业内部的新闻生产结构。

2.2. 内容生产环节

近年来,随着互联网信息的爆炸式增长,新闻的产出速度和质量对于传媒公司来说至关重要。为了提高新闻产出的效率和质量,人工智能新闻写作技术逐渐崭露头角,使得新闻内容能够高效生产,不仅节省了人力成本,还提高了新闻报道的准确性和时效性。2006年美国Narrative Science公司推出了一款智能写作软件名为“鹅毛笔”(Quill)的自动型新闻撰写工具。这款软件可以根据数据生成财经报告、市场分析等新闻稿件,大大提高了财经新闻的产出效率。截至目前,人工智能写作技术已在财经、体育、自然灾害等题材新闻中得到广泛运用[3]。

3. 人工智能新闻写作对传媒专业大学生就业的影响

3.1. 调查目的

随着大数据、机器学习等科学技术的飞速进步和互联网的全面覆盖,人工智能的浪潮已经涌向了包

括公共服务、教育、医疗等众多领域，而传媒行业也同样无法置身事外。目前，人工智能新闻写作已经深入到传媒业的多个领域，这使得传媒工作者的地位受到挑战。为了深入探究人工智能新闻写作对传媒专业学生未来就业的影响，我们采用了网络问卷调查、实地访谈等多种研究手段，对多所高校传媒专业的学生展开调研，旨在分析传媒专业大学生对人工智能新闻写作之于其工作影响的了解程度和看法，并据此提出针对性的建议。

3.2. 数据的收集

本次调查样本的收集时间为2024年3月2日至2024年3月5日，调查对象为传媒专业的在校生的毕业生。笔者通过网络问卷收集平台，共采集144份有效问卷。在性别构成上，样本中女性人数为104，占比较大，达到72.22%，相比之下，男性为40人，占比27.78%，这一性别比例与传媒专业学生群体中的普遍现象相吻合。关于年龄分布，有效样本均已年满18岁，以21至25岁区间最为密集，共计84人，占总数的58.33%；18至20岁年龄段共有51人，占比35.42%。在年级分布层面，大三年级学生占据主导地位，占比46.53%，其次是大一年级学生，占比19.44%，大二年级和大四年级学生分别占比11.81%和18.06%，整体而言，受访对象主要为传媒专业的本科在读学生。在专业的分布方面，共包含新闻学、网络与新媒体、广播电视学、数字出版学、编辑出版学、广告学、传播学和其他专业，其中，有效样本集中在“其他专业”一项中，共计54人，占总样本的37.5%；其次是网络与新媒体专业，人数为49人，占比达34.03%；新闻学专业则位列第三，共24人，占比16.67%。

据调查结果显示，大部分受访者对人工智能有所了解：有8.34%的受访者对人工智能完全了解，53.47%的受访者基本了解，36.11%的受访者不太了解，只有2.08%的受访者完全不了解。从所学专业角度出发，新闻学专业的学生对人工智能在新闻写作在传媒行业的应用了解程度最深，完全了解和基本了解的样本分别占比12.50%和66.67%；其次是网络与新媒体专业的学生，完全了解和基本了解的人分别占比12.24%和65.31%，再次是广告学专业的学生，完全了解和基本了解的人分别占比16.67%和50%；而编辑出版专业的大学生对人工智能的了解相对较少，不太了解的人占100%。关于人工智能在传媒业的应用普及程度，受访者的看法较为分歧：44.44%的受访者认为仅小部分传媒企业采用了人工智能新闻写作，43.75%的受访者则认为大部分传媒企业已采用人工智能进行新闻写作，由此可见，大部分人已经对人工智能的应用范围有所了解，只有极少数的人认为人工智能新闻写作还未应用于传媒行业。

针对人工智能新闻写作对于传媒业的影响这一问题，本问卷设置了多选题，以此探知受访者的预期观点。随着人工智能新闻写作技术的不断成熟，84.03%的受访者对个人在传媒行业的就业前景表达了担忧。68.75%的受访者指出，这一技术进步可能会加剧传媒工作者的就业压力；63.89%的受访者认为，人工智能将在一定程度上替代传媒从业者，促成人类与机器的协同作业模式；另外，23.61%的受访者担忧人工智能将导致传媒行业出现大规模失业现象；然而，也有64.58%的受访者看到积极面，认为人工智能新闻写作能够提升传媒内容生产效率，扩充信息库，使内容更加多样化；此外，还有近五成的受访者对人工智能新闻写作可能引发的伦理道德和法律问题表示了担忧。例如，有50.69%的受访者认为，人工智能新闻写作会加剧人工智能数据收集与个人隐私之间的矛盾；49.31%的受访者则认为，人工智能新闻写作可能会带来抄袭、署名权等方面的法律问题。根据调查结果显示，受访者对人工智能新闻写作在传媒业的影响普遍持观望态度。这表现在受访者既认为人工智能新闻写作会增加传媒从业者的就业压力，但同时也对其提高新闻内容生产效率抱有很高的期待。

在如何应对人工智能新闻写作对自身就业造成冲击这一问题上，大部分受访者认识到了提升个人相应能力的重要性。其中有81.25%的受访者认为，传媒人应提升自己的专业素养，丰富知识结构，培养实践能力，适应新的职业环境；有74.31%的受访者认为，应培养传媒人深度思考、创新思维的能力；还有

68.06%的受访者认为,应提高个人的团队协作能力。与此同时,传媒专业学生的能力提升同样离不开其所在高校的支持。在本次调查中,有71.53%的受访者对所处学校传媒专业的培养表示满意,认为学校开设了人工智能相关课程,传授了传媒知识,也为其提供了就业帮助,但同时有74.31%的受访者认为,学校应继续增加人工智能相关课程,提供就业指导。除了自身的努力和高校的支持外,尚有68.75%的受访者则认为,传媒企业同样应担负起一定的责任,为其员工提供技能培训、职业规划和心理支持;另外,65.97%的受访者主张,政府应当制定相关政策,以促进人才培养,规范人工智能在传媒业的应用。

3.3. 人工智能新闻写作对传媒专业大学生就业的挑战

3.3.1. 岗位被替代风险增加

在传媒行业,人工智能对“流水线搬运式”的简单报道领域发起了挑战,“流水线搬运式”工作往往是指对已有的新闻事实进行简单的收集、整理和编辑,而简单报道通常指具有固定模式和规律的领域,例如体育报道和财经报道等。这种重复性的机械工作恰恰是人工智能最擅长的部分。

在新闻报道的专业性和写作速度上,人工智能具有非常明显的优势。以体育赛事报道为例,人工智能能够在极短的时间内生成本场体育赛事的比赛结果,甚至可以根据现场形势提前预判胜负,并完成一篇详细的赛事分析文稿。相比之下,传媒专业大学生即便具有一定专业知识以及写作能力,也需要花费较长时间的收集整理比赛结果,再去构思文章大致内容进行撰写。在速度上,两者的差距在几十倍甚至上百倍,而这种差距几乎很难缩小。

3.3.2. 新闻伦理受到考验

算法偏向

人工智能主要通过算法对数据进行分析完成内容的撰写,虽然表面上展现出客观、中立的态度,但深层意义上仍存在“算法偏向”问题。“算法偏向”是指算法本身没有任何主观意图产生偏见,但由于数据的收集、训练的方式及算法的设计等因素,就会导致其生成的新闻内容可能存在一定的偏向性。如果在其收集到的数据和信息中本身就存在偏见,导致某些特定群体的声音被过度放大或忽略,那么人工智能生成的新闻就会对这些群体有不公正、不客观的呈现,误导公众的正确认知。

此外,由于“算法偏向”,对于同一类型的新闻,人工智能可能会生产出类似或完全相同的新闻报道,导致新闻报道的同质化和单一化,影响新闻行业的健康发展。

版权纠纷

人工智能写作引发了非常严重的版权归属问题。随着人工智能技术的不断发展,市面上出现了大量的人工智能写作工具。这些智能写作工具在创作内容时,往往会大量借鉴和引用网络上已有的文学作品、新闻报道和评论等进行简单的改写和重组,从而引发版权纠纷。近年来,因人工智能写作引发的版权纠纷案件数量呈逐年上升趋势。2023年12月27日,美国纽约时报向美国知名AI平台OpenAI及微软公司提起侵权诉讼,指控这两家公司未经允许采集纽约时报文章训练其智能平台ChatGPT和Copilot,侵犯了纽约时报的知识产权,要求其立即销毁任何相关的AI模型和训练数据[4]。而在此之前,大部分对人工智能平台的诉讼都被法院驳回,可见,未来科技型企业对传统新闻出版行业产生了深远影响。

3.4. 传媒专业大学生在人工智能时代的优势

3.4.1. 深度思考与人文关怀

在深度报道方面,传媒专业大学生彰显出显著的专业优势。深度报道需要系统地反映重大新闻事件和社会问题,深入探寻和阐释事件背后的因果关系和影响,并追踪其发展趋势。人工智能只能根据算法在已有信息的基础上对现状进行分析,但是传媒专业学生能够凭借系统的专业学习和训练,运用批判思

维多个角度全面地思考问题，他们不仅会关注事件的表面现象，还会思考该事件对社会、经济、文化等方面引发的长远效应。

同时，传媒专业大学生还具备人工智能所没有的人文关怀。他们能够切实站在当事人立场理解他们的状态和情感，以温暖的笔触展现新闻事实，引发人们的共鸣，而这种富含感情的文字是人工智能难以企及的。

3.4.2. 个性化内容创作与跨学科知识融合

与人工智能的程序化创作模式不同，传媒专业大学生在创作过程中能够依凭自身的个性、经历和情感，以独特的视角和风格，创造出极具个人色彩的文字内容，使作品更有辨识度。他们可以将人工智能技术与传媒专业相结合，借助人工智能算法对信息进行采集和筛选，融入传媒专业的视觉设计和用户体验设计等内容，构建“人工智能 + 传媒”的创新型新媒体平台。

4. 应对策略

人工智能写作技术已广泛渗透到传媒行业的各个环节，对传媒行业的就业环境造成巨大冲击，传媒从业人员面临较大的失业危机。然而，该项技术目前还处于成长阶段，在传媒领域主要承担的只是一些机械化、重复性的辅助工作，并不涉及深度新闻报道的写作，因此短期内难以替代传统传媒从业人员。但从长远角度观察，人工智能新闻写作技术在将来必然会取代部分传媒从业者的工作，把人从重复性的、无意义的工作中解放出来，使之将精力投入到具有深度思考和创造性的工作中去。在人工智能冲击传媒业的风口上，社会各界应积极做出相应举措，以实现人工智能新闻写作技术与传媒业的深度融合，促进传媒业的转型[5]。

第一，在学生层面，传媒学生应积极面对人工智能所带来的行业改革，以乐观的心态思考如何顺应行业发展，从自身率先做出改变。在校内的课程学习中，传媒学子不能只局限于专业课的学习，还应与计算机等技术型专业互相交流沟通，了解学习他们有机语言、人工智能等方面的知识，实现跨学科融合，提高传媒学生专业能力。除此之外，传媒学生也要注重校外经验的累积。“传媒 + 人工智能”的运行模式已广泛渗透于传媒行业各个领域，学生通过实习等方式能够切身体会并掌握该运行模式，从机器语言中跳脱出来，发挥个人特长。目前，人工智能新闻写作只能进行简单且重复的工作，可能会取代一部分技术含量低的岗位。为了应对这种冲击，传媒学生应当回归真实的世界中，注重培养综合素质。一方面，要提高自身的人文素养，增强对历史、文化、社会等方面的理解和感悟，在人工智能可能所导致的内容同质化情况下，以更加专业的眼光，怀揣着人工智能所不具备的人文情怀投入更有深度、更有价值的新闻开发中去；另一方面，要培养良好的职业道德和社会责任感。在新闻工作中，不被虚假信息和不良风气所影响，坚守职业道德底线，关注社会热点问题，积极发挥新闻媒体的舆论监督作用，为社会和谐发展进步贡献自己的力量。

第二，学校层面，适当优化传媒专业课程体系，开设人工智能科普与应用课程，加强传媒专业与人工智能等技术类专业之间的交叉融合，培养复合型传媒人才。目前，与传媒企业建立合作关系的高校并不多，存在着大学生实践机会少的情况，不利于大学生对未来就业的规划和发展。因此，高校还需与传媒机构、科技企业等建立合作关系，比如安排学生前往当地媒体机关实习、与企业进行项目对接等，为大学生创造更多参与实践活动的机会，帮助他们更好地适应行业发展趋势，掌握所处领域的最新进展。此外，学校还应注重对本校传媒专业学生就业的影响因素研究，提供有效的就业指导，加强解决就业问题的针对性与有效性。

第三，传媒公司也需充分利用人工智能技术的优势，在积极探索人工智能技术在传媒行业的多维度应用的同时，注重培养和引进相关人才。传媒企业可以与高校合作开展针对性的培训项目，为传媒学生

提供实习和就业机会，这样不仅为企业减少了人才培养成本，提高了人才招聘效率，而且能够让大学生尽早接触到行业发展新动态，提前规划自己的职业生涯发展路径；另一方面，企业应加强内部人员的培训，充分结合人与机器在不同领域的优势，提高他们与人工智能“打交道”的能力，实现“人机协同”的新闻生产模式。此外，传媒公司在追求经济效益的同时也承担着社会责任，有义务遵守行业规范。因此，在新闻报道中使用人工智能时，传媒企业应采取人工审核的方式确保新闻报道的真实性、公正性与客观性，严加把控人工智能生成的新闻稿件，防止不良内容和虚假信息的传播，营造良好的行业发展环境。

第四，在政府层面，政府部门需积极制定相关的政策和法规，规范人工智能新闻写作的发展，确保人工智能在生成新闻稿件时不会侵犯他人隐私和权益。同时，政府部门应为学生做出方向性指引，推动传媒业人才培养。2018年4月，为落实《国务院关于印发新一代人工智能发展规划的通知》，教育部印发了《高等学校人工智能创新行动计划》的通知(教技〔2018〕3号)，其中提到“引导高等学校瞄准世界科技前沿，不断提高人工智能领域科技创新、人才培养和国际合作交流等能力，为我国新一代人工智能发展提供战略支撑”[6]。虽然上述政策提到了要加大人工智能专业人才在高校的培养，但是对于相关专业学生的教育内容和教育细则则涉及不多。人工智能技术如今已覆盖社会的各行各业，因而教育部门须陆续出台相关政策，将人工智能课程纳入教育体系，促进学生对人工智能的理解和运用。

5. 结语

人工智能技术的快速发展已经开始在传媒业广泛应用，产生了深远影响。然而，一些人只观察到人工智能新闻写作对传媒业造成的消极影响，认为人工智能会取代传统的传媒从业者。不可否认，人工智能的确对一些仅具备简单的信息搜集与整理能力的传媒从业者产生一定威胁，但人工智能并非万能，它无法取代人类的智慧和创造能力。传媒工作者应该主动接纳人工智能所带来的行业转型，跳出舒适圈，不断提升自己的知识水平和专业素养，以适应快速变化的行业新业态。唯有这样，传媒从业者才能在未来的传媒业中开辟一片新天地。

基金项目

滁州学院大学生创新创业训练计划(项目编号: 2023cxxl209)。

参考文献

- [1] 习近平. 高举中国特色社会主义伟大旗帜 为全面建设社会主义现代化国家而团结奋斗——在中国共产党第二十次全国代表大会上的报告[J]. 创造, 2022(11): 6-29.
- [2] 张雅婷, 张丽萍. AI对新闻业的解构与重塑[J]. 新闻论坛, 2019(6): 7-10.
- [3] 刘逸卓, 方伟. 人工智能对传媒业就业的影响——基于传媒业大学生的调查[J]. 今日科苑, 2019(5): 64-74.
- [4] 匡文波, 曹菽儿. 文本生成视频技术对新闻业的影响及对策研究[J]. 新闻论坛, 2024, 38(2): 7-9.
- [5] 韩姝, 唐梦婕, 张莎莎. 人工智能写作在新闻生产中的优势与困境[J]. 重庆第二师范学院学报, 2020, 33(3): 33-36.
- [6] 聂晨, 张依. 大学生对人工智能影响就业的预期与态度的实证研究[J]. 今日科苑, 2019(4): 32-45.